

## Gründer gesucht!

BTU vermittelt Kompetenzen für Ausgründungen

Zu Beginn des Jahres 2008 startete an der BTU das EXIST III-Projekt. Im ersten Jahr konnten in enger Zusammenarbeit mit dem BIEM und dem Lotsendienst die Bedingungen für Unternehmensgründungen aus der Universität weiter verbessert werden. An dem Projekt, welches auf die Förderung von technologieorientierten Gründungen aus dem universitären Umfeld ausgerichtet ist, arbeiten vier Lehrstühle der BTU (Professoren Baier, Gensior, Hipp und Specht). Während die Lehrstühle von Prof. Baier und Prof. Gensior im Rahmen von Vorlesungen und Seminaren den Studierenden Gründungskompetenz vermitteln, befassen sich die Teams um Prof. Hipp und Prof. Specht mit der Ideengenerierung. Für Gründungsinteressierte der BTU – Studierende, Mitarbeiter sowie Professoren – bietet sich die Möglichkeit, die Ideen weiter zu vertiefen und in eine Gründung zu überführen. Ideen aus der Industrie weisen einen hohen Grad an Praxisnähe auf. Durch die Zusammenarbeit mit dem „ideengebenden“ Unternehmen kann die Gründung zusätzlich beschleunigt werden. Der LS Produktionswirtschaft bietet neben den generierten Ideen eine objektive Technologiebewertung von Gründungsideen an. Die Bewertung der Idee kann vom Reifegrad unabhängig durchgeführt werden. Nähere Informationen zu Gründungsideen aus der Industrie bzw. zur Bewertung Ihrer technologieorientierten Gründungsidee erhalten Sie am Lehrstuhl für Produktionswirtschaft. Gründungsinteressierte, unabhängig ob mit oder ohne Geschäftsidee, werden in allen weiteren gründungsrelevanten Fragen, wie im vergangenen Jahr auch, gemeinschaftlich durch das BIEM-Standortmanagement, die Gründervilla und den Lotsendienst betreut.



### Ansprechpartner:

LS Produktionswirtschaft  
schulz@prodwi.tu-cottbus.de  
Dipl.-Ing. Thomas Schulz  
Tel.: 0355/ 69-4123

BIEM Standortmanagement  
biem@tu-cottbus.de  
Dipl.-Ing. Matthias J. Kaiser  
Tel.: 0355/ 69-3170  
www.tu-cottbus.de/biem

## Forschung an „Innovation Communities“

Lehrstuhl für Marketing und Innovationsmanagement untersucht im BMBF-Projekt „Innovation Communities (InnoCo)“ Promotorennetzwerke

Der Lehrstuhl für Marketing und Innovationsmanagement führt zurzeit ein über drei Jahre laufendes Verbundprojekt „Innovation Communities: Aufbau und Entwicklung von Promotorennetzwerken als Erfolgsfaktor radikaler Innovationen“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) durch. Das mit knapp 1,1 Millionen Euro geförderte Projekt ist Teil des Förderschwerpunktes „Innovationsstrategien jenseits traditionellen Managements: Innovationsstrategien in unternehmensübergreifenden Kooperationen und Allianzen“ im BMBF-Programm „Arbeiten – Lernen – Kompetenzen entwickeln“. Im Rahmen des Projektes kooperieren Prof. Dr. Daniel Baier sowie seine beiden Mitarbeiter Dr. Alexandra Rese und Dipl.-Kfm. Nicolai Sand mit dem Borderstep – Institut für Innovation und Nachhaltigkeit in Berlin, sowie mit dem Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT) der Universität Stuttgart. Innerhalb des Verbundes arbeiten die drei Hauptpartner darüber hinaus sehr eng mit Praxispartnern wie den Deutsche Telekom Laboratories Berlin, dem F&E-Verbund Farbstoffsolarzelle sowie Bayer Material Science oder Future Carbon (F&E-Verbund Nano Tubes) zusammen.

### Ausgangssituation

Unter dem Druck des globalen Wettbewerbs sind Unternehmen gezwungen, einerseits bei Forschung und Entwicklung und andererseits bei Fertigung und Vertrieb, interorganisational zu kooperieren. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die sich in jungen Technologiefeldern bewegen, bieten solche Kooperationsnetzwerke häufig die einzige Chance, vorhandene Ressourcendefizite auszugleichen und Synergieeffekte zu erzielen, um an hochgradigen Innovationen partizipieren zu können. Solche radikalen, durch hohe technologische, marktseitige und unternehmensspezifische Unsicherheiten geprägten Innovationen erfordern eine besondere Art der Zusammenarbeit. Persönliche Beziehungen und Interaktionen der beteiligten Schlüsselakteure (Promotoren) sowie deren gegenseitiges Vertrauen oder gemeinsame Verstehensebenen haben einen maßgeblichen Anteil am Erfolg solcher Innovationsprojekte. Diese Erkenntnis erfordert die Entwicklung von Innovationsstrategien jenseits des traditionellen Managements. Einen vielversprechenden Ansatz dazu liefert das Konzept der „Innovation Communities“, welches



Nicolai Sand und Dr. Alexandra Rese forschen an Innovationsstrategien

zentraler Untersuchungsgegenstand des Projektes ist.

### Ziele

Eine Innovation Community wird als Promotorennetzwerk verstanden, das sich zur Unterstützung konkreter Innovationsprojekte bildet. Diese Begriffsdefinition fokussiert auf die informalen Beziehungen und das Zusammenwirken einer Gruppe von Promotoren, die gemeinsam eine Innovationsidee vorantreiben. Vor diesem Hintergrund verfolgt das Projekt vier zentrale Ziele. Zum einen soll die Rolle und der Erfolgsbeitrag verschiedener Typen von Innovation Communities im Entstehungs- und Durchsetzungsprozess radikaler Innovationen herausgearbeitet werden. Zum anderen wird die Entwicklung eines auf verschiedene Branchen und Anwendungsfelder übertragbaren Konzeptes sowie die Identifikation und Entwicklung leistungsfähiger Methoden zum Aufbau und zur Entwicklung solcher Communities erwartet. Im Anschluss sollen die erzielten Forschungsergebnisse aufbereitet werden, um Qualifizierungsmaßnahmen sowie einen breiten Transfer- und Verwertungsprozess zu ermöglichen.

### Umsetzung

Mit der Konzeption und Durchführung einer quantitativen Befragung hochinnovativer Unternehmensnetzwerke durch das Team von Prof. Baier sollen zunächst verallgemeinerungsfähige Erkenntnisse über Innovation Communities generiert, empirische Grundlagen zu deren Rolle, Bedeutung, Erfolgsbedingungen und Erfolgsbeiträge erarbeitet sowie Erkenntnisse über den Stand der Verbreitung und des Einsatzes von Methoden und Instrumenten zum Aufbau und der

Entwicklung solcher Communities erreicht werden. Des Weiteren soll die Untersuchung Aufschluss darüber geben, wer die zentralen Initiatoren (Promotoren) von Innovation Communities sind, wie sich diese formieren und wie die Rollen und Beiträge dieser Schlüsselakteure verteilt sind. Außerdem sollen insbesondere auch Erkenntnisse über deren personale Interaktionsmuster und -intensität und deren Veränderungen im Zeitablauf erfasst werden. Der Einfluss der Qualität dieser Zusammenarbeit bzw. Interaktion auf den Innovationserfolg wird am Ende als zentrales Ergebnis erwartet. Aufbauend auf der Untersuchung des Cottbusser Teams werden die beteiligten Verbundpartner zum Einen eine vertiefende Fallstudienreihe durchführen, sowie den Aufbau von Innovation Communities in verschiedenen Praxisfeldern (Carbon Nano Tubes, Farbstoffsolarzellen, IKT-Innovationen) untersuchen und unterstützen. Zum Anderen werden in einem weiteren Arbeitspaket konkrete Methoden und Tools zur Community-Unterstützung analysiert und entwickelt. Am Ende des Projektes sollen breit anwend- und transferierbare Konzepte, Instrumente und Strategien stehen, die zur Stärkung der Innovationsfähigkeit beitragen und eine erfolgreiche Gestaltung von interorganisationalen (radikalen) Innovationsprozessen ermöglichen.

### Kontakt

Weitere Informationen zum Projekt: [www.innoco.org](http://www.innoco.org)

### Ansprechpartner BTU Cottbus:

Dr. Alexandra Rese  
rese@tu-cottbus.de  
Tel.: 0355/69-2915  
Dipl.-Kfm. Nicolai Sand  
Nicolai.Sand@tu-cottbus.de  
Tel.: 0355/69-2931